

**Odpovědi na dotazy týkající se Výzvy k podání nabídek č. 5226,
pro realizaci projektu „Komplexní vzdělávání zaměstnanců společnosti STUDENT AGENCY,
s.r.o.“**

Dotaz č. 1 ze dne 5.9.2010

Vážená paní Otýpková.

Spolupracuji na vypracování nabídky pro vámi vypsané zadávací řízení „Komplexní vzdělávání zaměstnanců společnosti STUDENT AGENCY, s.r.o.“.

Prosím vás o odpovědi na tyto otázky.

1. Kap. 2.3., A Měkké dovednosti

a) Vyjednávání pro obchodní manažery (cílová skupina Management a Střední Management) a Obchodní dovednosti (cílová skupina Obchodní zástupce, Marketingoví specialisti) – jaké jsou cíle vzdělávání v rámci těchto témat pro tyto cílové skupiny? V čem se liší? S jakými zákazníky zástupci každé skupiny jednají? Na jaké zákazníky je cílena akvizice?

b) Moderní personalistika – jaké jsou cíle vzdělávání v rámci této oblasti? Jaká témata by zde měla být školená?

2. Požadavky na prokázání kvalifikace – C. Ostatní kvalifikační předpoklady, bod a) – zde uvádíte, že jednou z podmínek je min. 3 roky praxe lektorů v odpovídající oblasti, které se školení týká. Máte na mysli profesní (manažerskou, obchodní či jinou) praxi lektorů nebo jejich praxi lektorskou – realizovaná školení v podobných oblastech? Jak širokou oblast máte na mysli? Oblast dopravy a turismu, nebo oblasti – témata kurzů?

3. Hodnotící kritéria – organizační zajištění kurzů – zde uvádíte jako jedno z kritérií „Efektivitu navržené organizace vzdělávacích aktivit“. Jakou formou by měl být tento návrh organizace vzdělávacích aktivit zpracován? Co vše by měl obsahovat?

Děkuji vám za upřesnění.

Odpovědi na dotazy:

1.

a) Školení Vyjednávání pro manažery je určeno pro cílové skupiny management a střední management. Manažeři musejí být schopni pružně a efektivně reagovat na zvyšující se potřeby trhu a být vysoce výkonnými lídry. Měli by mít schopnosti k zajišťování vyšší kvality organizace práce a komunikace. Nástin kurzu: pohled na trh, specifikace potřeb, dohoda. Účastníci kurzu by měli získat základní informace a přehled



**OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST**

**PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz**

o obchodním trhu. Získané poznatky by měli účastníkům umožnit zvýšení efektivity řízení jednotlivých oddělení.

Školení Obchodní dovednosti je určeno pro zaměstnance oddělení marketingu – marketingové specialisty a obchodní zástupce. Jejich náplní práce je přímý kontakt s klienty, dodavateli společnosti a tvorba reklamních kampaní. Na jejich práci závisí do velké míry celkové výsledky společnosti a její prezentace veřejnosti. Cílem školení je posílení a zlepšení prodejních a vyjednávacích schopností zaměstnanců a jejich odborný růst.

Nástin obsahu školení obchodní dovednosti:

1. Efektivní vyjednávání

- rizika a rozdíly vyjednávání
- zájmy lidí, ladění se na protistranu
- emoce, komunikace
- péče o zákazníka

2. Prodejní dovednosti

- role obchodníka
- pozitivní přístup obchodníka a sebe motivace
- stanovování prodejních cílů
- příprava obchodníka
- prezentace
- prodejní techniky
- péče o zákazníka

b) Moderní personalistika – tento kurz je určen pro zaměstnance personálního oddělení a vybrané vedoucí zaměstnance jednotlivých oddělení. Cílem kurzu je poskytnout účastníkům přehled o novinkách z oblasti personalistiky a rozvoj jejich stávajících poznatků a dovedností. Zaměření kurzu: novinky z oblasti zákoníku práce a vedení personální agendy, koučink, zvyšování účinnosti managementu lidských zdrojů, apod..

2. Požadavky na prokázání kvalifikace – bod C. Ostatní kvalifikační předpoklady – a) *Podmínkou je praxe lektorů min. 3 roky v lektorování a min. 3 roky praxe v odpovídající oblasti, které se školení týká*. Lektor tedy musí mít **minimálně tříletou praxi v lektorování** a zároveň musí mít **praxi (taktéž 3 roky) v oblasti, které se školení týká** (např. školení Obchodní dovednosti – lektor by měl působit minimálně 3 roky na pozici obchodního zástupce, popř. jiné obchodní pozici).

3. Kritérium *efektivita navržené organizace vzdělávacích aktivit* úzce souvisí s dvěma předešlými kritérii: 1. místní dostupnost, zastupitelnost lektorů, možné změny termínů a 2. flexibilita v souvislosti s provozem. Jedná se o celkovou organizaci a zjištění kurzů – např. stanovení osoby, která bude za společnost komunikovat, zastupitelnost lektorů, změny termínů vzhledem k provozu společnosti STUDENT AGENCY, časové přizpůsobení, aj. Konkrétní požadavky na zpracování toho bodu nemáme, jak bude tento bod zpracován necháme na Vás.